

**ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, HARGA,  
KUALITAS DAN PERSEPSI PRODUK HALAL TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN DI CARREFOUR SUKOHARJO**



**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**NANANG IRAWAN**

**NIM. B 100 070 065**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2012**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**”ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK, HARGA, KUALITAS DAN PERSEPSI PRODUK HALAL TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI CARREFOUR SUKOHARJO”**

Yang ditulis oleh :

**NANANG IRAWAN**  
**NIM. B 100 070 065**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, 2012

Pembimbing

**(Edi Purwo S, SE, M.Si)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Dr. Triyono, M.Si)**

## MOTTO

- ? *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan lain. (Q.S. Alam Nasyrah: 6-7).*
  
- ? *Cintailah apa yang engkau suka, akan tetapi ingatlah bahwasannya akan engkau tinggalkan, berbuatlah apa yang engkau ingini dan ingatlah engkau akan diminta tanggungjawab atasnya. (Al-Hadist).*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ *ALLAH SWT untuk sumber kekuatan dan tujuan hidupku.*
- ✍ *Ayah dan Ibuku tercinta terima kasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan dan doa yang tiada henti, motivasi, nasehat serta kritik yang membangun.*
- ✍ *Untuk kakak Q suwarti yang selalu memberi semangat dan doa disetiap sholatnya dan memberikan semua apa yang aku mau, TERIMA KASIH KAKAK.*
- ✍ *Pacarq*
- ✍ *Terima kasih atas doanya dan semua dukunganya ke padag selama ini yg tiada hentinya, semoga kamu juga lancar mengerjakan skripsinya & bs membanggakan kedua ortu amin.*

## **ABSTRAKSI**

Tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh antara ketersediaan produk, harga, kualitas, dan persepsi produk halal terhadap niat beli konsumen. 2) Untuk menganalisis pengaruh antara ketersediaan produk, harga, kualitas, dan persepsi produk halal secara bersama-sama terhadap niat beli konsumen.

Hipotesis adalah Diduga ada pengaruh secara individu antara ketersediaan produk, harga, kualitas, dan persepsi produk halal terhadap niat beli konsumen. Diduga ada pengaruh antara ketersediaan produk, harga, kualitas, dan persepsi produk halal secara bersama-sama terhadap niat beli konsumen.

Berdasarkan hasil analisis SEM (*Structural Equation Model*) diperoleh bahwa tidak ada pengaruh antara variabel persepsi produk halal terhadap variabel ketersediaan produk, ada pengaruh antara variabel persepsi produk halal terhadap variabel harga, ada pengaruh antara variabel persepsi produk halal terhadap variabel kualitas, ada pengaruh antara variabel niat beli konsumen terhadap persepsi produk halal.

Kata Kunci : Ketersediaan Produk, Kualitas, Harga, Persepsi Produk Halal dan Niat Beli Konsumen.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukar rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Edi Purwo S, SE, M.Si selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Farid Wajdi, MM selaku Pembimbing Akademik di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Ayah dan Ibuku tercinta terima kasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan dan doa yang tiada henti, motivasi, nasehat serta kritik yang membangun.
8. Untuk kakak Q suwarti yang selalu memberi semangat dan doa disetiap sholatnya dan memberikan semua apa yang aku mau, TERIMA KASIH KAKAK.
9. Sahabat-sahabatku Riko, Jamal, Roby, Risky, Arif, Tegal, Ari, Yoga, Fitri, Tika, Indun, Yani, Niken, Ayu dan para penghuni kontrakan solohok, dan teman2 club HTCI (HONDA TIGER CLUB INDONESIA) terutama TIC'N & SOTIC terima kasih untuk persahabatan yang indah dan tak akan pernah berakhir.
10. Pacarq Terima kasih atas do"anya dan semua dukunganya ke padaq selama ini yg tiada hentinya, semoga kamu juga lancar mengerjakan skripsinya & bs membanggakan kedua ortu amin.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II.    TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Perilaku Konsumen.....	12
1. Pengertian dan Pentingnya Perilaku Konsumen .....	12
2. Teori Perilaku Konsumen.....	13
C. Teori Konsumen.....	24



	D. Mekanisme Harga .....	27
	E. Penelitian Terdahulu .....	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	29
	A. Kerangka Pemikiran .....	29
	B. Hipotesis .....	30
	C. Metode Penelitian.....	30
	D. Metode Pengumpulan Data .....	31
	E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	31
	F. Uji Instrumen.....	32
	G. Metode Analisis Data.....	32
	1. Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	34
	2. Evaluasi Asumsi SEM .....	35
	3. Evaluasi atas kriteria Goodness of Fit.....	36
	H. Alat Analisis .....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
	A. Uji Instrumen Penelitian.....	40
	1. Uji Validitas .....	40
	2. Uji Reliabilitas.....	40
	B. Analisa Data .....	42
BAB V.	PENUTUP.....	49
	A. Simpulan .....	49
	B. Keterbatasan Penelitian.....	50
	C. Saran .....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	26
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	29

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Indeks Goodness of Fit Model.....	39
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel IV.3 Hasil Uji Normalitas Assessment of Normality (Group Number 1)	42
Tabel IV.4 Jarak Maholanobis Distance .....	44
Tabel IV.5 Hasil Pengujian Goodness of Fit Model.....	45
Tabel IV.6 Regression Weights .....	46